



## ORIGINAL RESEARCH PAPER

## Event-oriented tourism: an effective stimulus to attract tourists to local festivals (Case of study: Anarchini festival of the dense village of Rudbar county)

Majid Akbari <sup>1\*</sup> , Marziyeh Taleshi anboohi <sup>2</sup>  And Mohammad Taleshi anboohi <sup>3</sup> 

<sup>1</sup> PhD in Geography and Urban Planning, Payam Noor University, Tehran, Iran

<sup>2</sup> MSc, Geography and Urban Planning, Gilan University, Gilan, Iran

<sup>3</sup> MSc, of Business Administration, K. N. Toosi University, Tehran, Iran

ARTICLE INFO	EXTENDED ABSTRACT
<p><b>History Article:</b></p> <p><b>Received:</b> 25 January 2024</p> <p><b>Revised:</b> 03 February 2024</p> <p><b>Accepted:</b> 03 February 2024</p> <p><b>Keywords:</b> Driver, structural analysis, Tourism, Event-oriented tourism, Anbooh village</p>	<p><b>Introduction And Objectives:</b> Events are one of the key factors determining the competitiveness of a destination. In some cases, they are even the main source of attraction for a tourist destination. One of the important developments in the field of development has been event tourism in the form of cultural festivals. Festivals are a kind of cultural events that highlight the unique features of a destination or topic. Festivals and events are among the fastest growing sectors of tourism in the world. In today's era, event tourism is one of the special cultural events, which is one of the most growing sectors of tourism business. At the macro level, the development of this type of tourism increases the share of the country's tourism among the important tourism markets of the world, and at the micro level, the importance of events can be seen in supporting the customs, beliefs and cultural heritage of the communities, and as a result, helping the young generation to better understand These heritages need to be protected and continued. this article has tried to identify and cluster the factors affecting the future situation of attracting tourists to the Anarchini local festival in the crowded village of Rudbar using the method of structural analysis. This article has tried to identify the factors affecting the future situation using the method of structural analysis. Attracting tourists to the Anarchini local festival to recognize and cluster the crowded village of Rudbar county.</p> <p><b>Methodology:</b> The current research, with a future-research approach, identifies the most important factors influencing the future state of attracting tourists to the event-oriented Anarchini festival in the crowded village of Rudbar. In terms of practical purpose, this research is a combination of documentary and survey methods, and in terms of nature, it is based on the new methods of future research, analytical and exploratory science, which was carried out by using a combination of quantitative and qualitative models. Is. Documentary study method and empirical data of survey method based on Delphi method were used in preparation of the study stimuli. To select the Delphi team, since the goal is not to generalize the results, a purposeful or judgmental sampling method was used. The selection criteria of experts, local community and tourists are theoretical mastery, practical experience, willingness and ability to participate in research and access. A significant point in determining the number of experts and tourists is to ensure the comprehensiveness of different perspectives in the research. The number of statistical population participating in the structural analysis of reviewed</p>

\* Corresponding Author: Majid akbari

Email: Akbari.majid191@gmail.com

articles is usually between 14 and 30 people. According to the above criteria, finally 30 people from experts, local community and tourists have been selected to participate and collaborate in the research process in Mehrmah 1402 festival. In information processing, the structural interaction analysis method has been used in MICMAC software. Using the Delphi method, 46 primary drivers have been identified in the form of 19 dimensions of event-oriented tourism

**Results and Discussion:** The diagram shows the mutual effects of 46 factors or stimuli affecting the future state of attracting tourists to the Anarchy event-oriented festival of the crowded village of Rudbar, based on the formation of a 46x46 matrix. The results of this table show the number of repetitions 2 times and the filling degree of %97.10, which shows that the selected stimuli had a great effect on each other. Out of a total of 1153 relationships that can be evaluated in the matrix, 963 relationships are zero; This value means that the stimulating factors did not affect each other or were not affected by each other. 179 relationships with a value of 1 have a weak impact on each other and 433 relationships with a value of 2 have relatively strong impact relationships. In addition, 541 relationships have the number 3, and this means that the relationships of key drivers are very large and have great influence.

**Conclusion:** Among the 46 driving forces, 11 driving forces have a more key effect on the future state of the local anarchy festival in the crowded village of Rudbar, which includes loyalty to the event, quality of the event, expansion of personal interests, positive emotional experience, freedom from everyday life, satisfaction with the event, Escape from worries, peace, feeling of security, diversity in experience and familiarity with new places. In terms of systemic performance, these forces play the role of high influence and low influence in the system environment with the aim of improving the quality of the urban environment, and as a result, they are considered the most effective and key drivers.

**Highlight:**

- Using the future research method to investigate the factors influencing the attraction of tourists to local festivals.

**Cite this article:**

Akbari, M., Taleshi anboohi, M., Taleshi anboohi, M. (2024). Event-oriented tourism: an effective stimulus to attract tourists to local festivals (Case of study: Anarchini festival of the dense village of Rudbar county. *Organization Of Space Economy*, 2(4), 1-20.



© The Author(s)

**Publisher:** Islamic Azad University of Yadegar-e Imam Press



## گردشگری رویداد محور: محرکی موثر بر جذب گردشگران به جشنواره‌های محلی (مورد مطالعه: جشنواره انارچینی روستای انبوه شهرستان رودبار)

مجید اکبری<sup>۱\*</sup>، مرضیه طالشی انبوهی<sup>۲</sup> و محمد طالشی انبوهی<sup>۳</sup>

۱. دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۲. کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه گیلان، گیلان، ایران

۳. کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، دانشگاه خواجه نصیرالدین طوسی، تهران، ایران

مشخصات مقاله	چکیده
<b>تاریخ دریافت:</b> ۱۴۰۲/۱۱/۰۵	<p><b>بیان مسئله:</b> جشنواره‌ها و رویدادها در زمره سریع‌ترین بخش‌های درحال رشد گردشگری در جهان به شمار می‌روند و مدیران مقاصد گردشگری دریافته‌اند که باید جاذبه‌های نو، هیجان انگیز، بکر و بی رقیب را به مجموعه داشته‌های گردشگری مقاصد خود بیفزایند تا شمار متقاضیان بازدید از آن مقاصد مطابق خواسته‌ها و اهداف در نظر گرفته شده گردشگری باشد.</p> <p><b>هدف:</b> این مقاله کوشیده است با روش تحلیل ساختاری، محرک‌های موثر بر وضعیت آینده جذب گردشگران به جشنواره محلی انارچینی روستای انبوه شهرستان رودبار را بازشناسی و خوشه‌بندی کند.</p> <p><b>روش:</b> مقاله حاضر از نظر هدف کاربردی و از لحاظ روش تحقیق، توصیفی-تحلیلی است. داده‌های نظری با روش اسنادی و داده‌های تجربی با روش پیمایشی بر پایه تکنیک دلفی تهیه شده است. جامعه آماری ۳۰ نفر از خبرگان، جامعه محلی و گردشگران بر اساس نمونه‌گیری هدفمند و محرک‌های گردشگری رویداد محور، ۴۶ نیروی محرک در ۱۹ بعد است که با روش تحلیل اثرات متقابل ساختاری در نرم‌افزار MICMAC پردازش شده است.</p> <p><b>یافته‌ها و بحث:</b> یافته‌ها از نظر تحلیل کلی محیط سیسم نشان داد که ۶۴۵ رابطه عدد ۳ دارد و این به معنای آن است که روابط محرک‌های کلیدی بسیار زیاد بوده و از تاثیرگذاری و تاثیرپذیری زیادی برخوردارند. همچنین نتایج دیگر پژوهش از تحلیل اثرات متقابل، بیانگر پراکندگی نیروهای محرک در وضعیتی پیچیده و بینابین از اثرگذاری و اثرپذیری است؛ نظام خوشه‌بندی محرک‌ها حاکی از تمرکز محرک‌های مستقل است.</p> <p><b>نتیجه‌گیری:</b> از مجموع ۴۶ نیروی پیش‌برنده گردشگری رویداد محور جشنواره انارچینی روستای انبوه، ۱۱ محرک کلیدی شامل وفاداری به رویداد، کیفیت رویداد، گسترش علایق شخصی، تجربه احساسی مثبت رهایی از روزمرگی‌ها، رضایت از رویداد، فرار از دغدغه‌ها، آرامش، احساس امنیت، تنوع در تجربه و آشنایی با مکان‌های تازه شناسایی گردید.</p>
<b>تاریخ بازنگری:</b> ۱۴۰۲/۱۱/۱۴	
<b>تاریخ پذیرش:</b> ۱۴۰۲/۱۱/۱۴	
<b>واژگان کلیدی:</b> محرک، تحلیل ساختاری، گردشگری، گردشگری رویداد محور، روستای انبوه	<p><b>نکات برجسته:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>شناسایی و خوشه‌بندی محرک‌های موثر بر جذب گردشگران به جشنواره انارچینی روستای انبوه.</li> </ul>

ارجاع به این مقاله: اکبری، مجید، طالشی انبوهی، مرضیه و طالشی انبوهی، محمد. (۱۴۰۲). گردشگری رویداد محور: محرکی موثر بر جذب گردشگران به جشنواره‌های محلی (مورد مطالعه: جشنواره انارچینی روستای انبوه شهرستان رودبار)، ساماندهی اقتصاد فضا، ۲(۴)، ۱-۲۰.

## بیان مسئله

یکی از انواع گردشگری، گردشگری رویداد است که رشد قابل توجهی در سال‌های اخیر داشته است (خادمی و همکاران، ۱۴۰۲: ۴۸). گردشگری رویداد را می‌توان یکی از انواع سفر با علایق ویژه دانست که در آن اشخاص به نیت حضور در یک رویداد و یا در کنار سفر خود از یک رویداد ویژه بازدید می‌کنند (Getz & Page, 2016: 594). رویدادها یکی از عوامل کلیدی تعیین کننده رقابت‌پذیری یک مقصد هستند (d'Angella et al., 2021: 105). در برخی موارد، آن‌ها حتی به‌عنوان منبع اصلی جذب برای یک مقصد گردشگری هستند (Connell et al., 2015; Evans, 2015). یکی از تحولات مهم در زمینه توسعه گردشگری رویدادی در قالب جشنواره‌های فرهنگی بوده است. جشنواره‌ها، نوعی رویداد فرهنگی هستند که ویژگی‌های منحصربه‌فرد یک مقصد یا موضوع را برجسته می‌کنند (Zhang et al., 2019: 95). جشنواره‌ها و رویدادها در بین سریع‌ترین بخش‌های در حال رشد گردشگری در جهان قرار دارند (کروبی و همکاران، ۱۳۹۸: ۹۴). در عصر حاضر گردشگری رویداد، از جمله رویدادهای ویژه فرهنگی است که یکی از روبه‌رشدترین بخش‌های تجارت گردشگری شناخته شده است (Chang, 2006) در سطح کلان، توسعه این نوع از گردشگری موجب افزایش سهم گردشگری کشور از بازارهای مهم گردشگری دنیا می‌شود (میرزائی و همکاران، ۱۳۹۴: ۹۲۲) و در سطح خرد، اهمیت رویدادها را می‌توان در حمایت از آداب و رسوم، عقاید و میراث فرهنگی جوامع و در نتیجه کمک به نسل جوان برای فهم بهتر این میراث‌ها، لزوم حفاظت و تداوم آن‌ها دانست (Savinovic et al., 2012: 683). همچنین، جشنواره‌ها را می‌توان نوعی ابزار به صرفه جهت گسترش جاذبه‌های گردشگری و فعالیت‌های تفریحی در حال توسعه یک مقصد که موجب به‌کارگیری فرهنگ و اجرای رویدادهای فرهنگی و عاملی پیشرو در حوزه‌های بازاریابی گردشگری و فرهنگی یک مقصد می‌باشد، تعریف نمود (خادمی و همکاران، ۱۴۰۲: ۴۸) به عبارت دیگر، این جشنواره‌ها به‌ویژه از بعد بهبود کیفیت زندگی به‌واسطه تقویت اقتصاد محلی، اشتغال‌زایی، توسعه مقاصد روستایی، ارتقای فرهنگ و تاریخ بومی و فراهم آوردن فرصت‌های تفریحی، فرهنگی و آموزشی برای ساکنین، پروراندن حس غرور ملی، کمک به حفاظت از محیط‌های طبیعی، اجتماعی و فرهنگی حاساس، سهیم بودن در توسعه پایدار منطقه و ایفای نقش به‌عنوان مقصدی برای بازدیدکنندگان اهمیت دارد (لقمان و همکاران، ۱۳۹۹: ۴۲۳). در این راستا، جشنواره‌های محلی به‌عنوان شاخه‌ای از رویدادهای فرهنگی، یکی از کنش‌های مسافر در نواحی روستایی محسوب می‌شوند (Gun & Var, 2020: 128). از سویی، ایران به دلیل وجود جاذبه‌های طبیعی، تاریخی، فرهنگی گوناگون خود در رده مستعدترین کشورهای جهان به‌منظور برپایی این‌گونه جشنواره‌های محلی محسوب می‌شود. بدین سبب، با بررسی دقیق‌تر رویدادها و جشنواره‌های برگزار شده در سطح کشور، می‌توان گام‌های مؤثری در جهت توسعه موفقیت‌آمیز این نوع از گردشگری در کشور برداشت.

جشن انار چینی یکی از سنت‌های دیرینه ایست که در برخی از روستاهای ایران و همچنین در روستای دورافتاده‌ای در انتهایی‌ترین نقطه گیلان برگزار می‌گردد. طبق آمار سازمان جهاد کشاورزی گیلان، در ۹۵ هکتار از اراضی شهرستان رودبار انار باکیفیت تولید می‌شود که در این میان از سطح ۱۰۰ هکتار اراضی کشاورزی روستای انبوه در ۴۵ هکتار آن انار و در سایر اراضی گردو، فندق و زیتون کشت می‌شود. قدمت روستای "انبوه" به ۳۵۰۰ سال قبل می‌رسد و ساکنان این روستا نسل به نسل از این آیین پیروی کرده‌اند. روستای تاریخی، توریستی و کوهستانی "انبوه" در ۱۸۰ کیلومتری جنوب شهر رشت مرکز استان گیلان و ۱۱۶ کیلومتری نیمه شرقی شهرستان رودبار واقع شده است. روستای انبوه را ما سوله دوم گیلان نیز می‌نامند. جشن انار یکی از مهم‌ترین مراسم محلی این روستاست که هر ساله با طلوع صبح روز جمعه (در هفته آخر مهر) برگزار می‌شود. برپایی آیین سنتی شکرانه انار در روستای انبوه با استقبال کم نظیر مردم مواجه می‌شود که همین موضوع خود یک نوع فعالیت گردشگری بر پایه کشاورزی است. انار چینی و همچنین فروش محصولات فرآوری و مشتقات انار در انبوه موجب رونق اقتصادی این روستا شده است. انجام این مراسم تا غروب طول می‌کشد. امروزه در راستای ارتقاء جشنواره محلی انار چینی روستای انبوه به‌عنوان یک رویدادهای فرهنگی و گردشگری، نیروهای برانگیزاننده زیادی نقش بسزایی دارند. در این رابطه، شناسایی عوامل مؤثر در جذب گردشگران به این رویداد محلی سالانه، در آشنایی دقیق‌تر امور و درک عمیق‌تر واقعیت‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی منطقه و برنامه‌ریزی برای توسعه پایدار روستای انبوه، سودمند خواهد بود. باین وجود، این موضوع علیرغم وضوح و ضرورت، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. از این رو، شناسایی و تمرکز بر روی ویژگی‌های گردشگران، ابزاری مفید و کلیدی در صنعت گردشگری محسوب می‌گردد. در هم‌سویی با چنین هدف و ضرورتی، این مطالعه سعی دارد تا با روش تحلیل ساختاری محرک‌های مؤثر بر وضعیت

آینده گردشگری جشنواره انار چینی روستای انبوه رودبار را شناسایی و بررسی کند. این هدف با طرح و تبیین یک پرسش اصلی ردیابی و مطالعه علمی شده است؛

۱. نظام خوشه‌بندی و محرک‌های کلیدی مؤثر بر وضعیت آینده جشنواره محلی انار چینی روستای انبوه کدامند؟

## مبانی نظری

تا قبل از ۱۹۷۰ میلادی، رویداد هنوز به‌طور جدی به‌عنوان جاذبه در گردشگری مورد توجه قرار نگرفته بود. جشنواره‌ها و رویدادها معمولاً در زمینه سیاسی برگزار می‌شدند و از دید جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی و هنر مورد توجه قرار می‌گرفتند و اثرات اقتصادی آن ارزیابی می‌شد و گتز<sup>۱</sup> در سال ۲۰۰۸ خلاصه‌جمعی از لحاظ بررسی روند تاریخی و موضوعی گردشگری رویدادها تهیه کرد (ملکی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۰۱). همچنین کیم<sup>۲</sup> و همکارانش در سال ۲۰۱۳ مطالعه‌ای جامع بر روی الگوها و روندهای گردشگری رویداد در طول ۳۰ سال (۱۹۸۰ تا ۲۰۱۰) انجام دادند (Kim et al., 2013).

مطالعات گردشگری رویداد به‌طور برجسته در دهه ۸۰ میلادی آغاز شده است. محققان آمریکایی، کانادایی و استرالیایی (بخصوص در زمینه پایداری) تأثیر بسیار زیادی بر شکل‌گیری این مفهوم داشتند. در اواخر این دهه کتابی در زمینه برنامه‌ریزی و ارزیابی رویدادها نوشته شد و حال در سال ۱۹۸۹ در مقاله‌ای نیاز به توجه بیشتر به اثرات اجتماعی و فرهنگی رویدادها را متذکر شد. دهه ۹۰ میلادی نقطه عطف این دوران محسوب می‌شود. گردشگری رویداد از سال ۲۰۰۸ رشد قابل ملاحظه‌ای را تجربه کرد (ملکی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۰۲).

رویدادها جزء مهیج‌ترین و پرسرعت‌ترین صنعت رو به رشد در ارتباط با فراغت، تجارت و گردشگری هستند. رویدادها می‌توانند به شکل موج جدیدی در گردشگری جایگزین به نمایش گذاشته شوند. یک رویداد، گردشگران را نیز وادار به مشارکت می‌کند و باعث می‌شود که گردشگر به مدت طولانی‌تر در منطقه‌ای که رویدادی در آن در حال برگزاری است بماند. و از طرف دیگر رویداد برای مردم محلی و ساکنین آن منطقه اشتغال‌زایی می‌کند (تاج‌زاده نمین و هاشم‌زاده، ۱۳۹۴: ۳۱). خط‌مشی‌گذاران گردشگری بیان می‌کنند که رویداد (جشنواره) می‌تواند یک نقش کلیدی در جذب گردشگر در فصول کم‌اوج داشته باشد به همین خاطر گردشگری رویداد به دلیل تمایل کسب‌وکارها در بهره‌برداری از یک بخش کوچک و ویژه بازار و تأثیر در اقتصاد محلی دارای کاربردی جهانی است (کروبی و همکاران، ۱۳۹۸: ۹۵). حسب تعریف، گردشگری رویداد را می‌توان واقعه‌ای دانست که به‌طور معمول برخلاف زندگی متعارف و جاری جامعه محلی شکل می‌گیرد (منوچهری و همکاران، ۱۴۰۲: ۹). آغاز و پایانی برای آن متصوریم و هدف از آن تأمین یک نیاز (برگزاری مراسم معنوی حج)، فعالیت‌های اجتماعی خیره (گلریزان)، گذران اوقات فراغت برای مردم محلی (مسابقه‌ای ورزشی) یا جلب گردشگران به یک مقصد گردشگری (تلاش برای میزبانی جام جهانی فوتبال) و پاسخ به یکی از مهم‌ترین نیازهای انسانی، یعنی گرد هم آمدن و تعاملات انسانی است (Seraphin, 2021: 5). گردشگری رویدادمحور به نوعی گردشگری اشاره دارد که در آن افراد برای شرکت در رویدادها و فعالیت‌های خاص به یک مقصد سفر می‌کنند. این نوع گردشگری ممکن است شامل حضور در کنفرانس‌ها، نمایشگاه‌ها، کنسرت‌ها، ورزش‌های مهم، فستیوال‌ها، جشنواره‌ها و دیگر رویدادهای فرهنگی و تفریحی باشد (Hall, 1992: 340). گردشگری رویدادمحور بر تجربه ویژه‌ای تأکید می‌کند که با حضور در رویدادها و شرکت در فعالیت‌های خاص، امکان ارتباط با فرهنگ، هنر، و سبک زندگی محلی را فراهم می‌سازد. افراد ممکن است به خاطر علاقه‌مندی‌های خاص، به دنبال رویدادهایی برای شرکت در آن‌ها باشند و به مقصدی خاص سفر کنند (Getz, 2007). یکی از انواع این رویدادها، جشنواره‌های محلی<sup>۳</sup> گوناگونی برای دنبال کردن این نوع از گردشگری بر شمرده‌اند. توجه به نسل‌هایی که به دنبال برچیدن کشاورزی یا تنوع بخشیدن به مناطق حاشیه‌ای دورافتاده روستایی هستند، و سیله‌ای برای دستیابی به توسعه و بازآفرینی اقتصادی و اجتماعی مناطق محلی و ایجاد منبع درآمد و اشتغال پایدار، به‌ویژه در مناطق روستایی، که در آن صنعت کشاورزی سنتی رو به افول باشد، از جمله این دلایل هستند (Fang, 2020).

1. Getz

2. Kim

3. Local Festivals

امروزه اهمیت جشنواره‌های محلی به حدی است که از اصطلاح فستیوال سازی<sup>۱</sup> بسیار یاد می‌شود. این اصطلاح، بر تبدیل جاذبه‌های رویدادهای بومی و محلی که به صورت عادی برگزار می‌شوند، به یک جشنواره سازمان‌دهی شده و به یک کالای گردشگری تأکید دارد (منوچهری و همکاران، ۱۴۰۲: ۹). هدف اصلی برپایی جشنواره‌های محلی، گسترش فصل رونق سنتی گردشگری منطقه در طول سال، افزایش تقاضای گردشگری منطقه، جذب بازدیدکنندگان خارجی و ایجاد تصویر ذهنی مطلوب برای یک مقصد است (Duran & Hamarat, 2014: 148).

رویدادهای و جشنواره‌ها به صورت همگانی هستند (Getz, 2010: 5). توسعه رویدادها و جشنواره‌ها موجب ارتقای فرهنگ محلی، پروراندن حس غرور ملی و توسعه پایدار منطقه می‌شد (کروبی و همکاران، ۱۳۹۸: ۹۵). محققان به این واقعیت اشاره می‌کنند که در طی دوره‌های آغازین، جشنواره‌ها و رویدادها بیان‌کننده هویت برای مردم، یک حس مکان، و هویت متجانس و شخصی مردم بودند. سوابق تحقیقات نشان می‌دهند که چگونه جشنواره‌ها و رویدادها مدت زمان زیادی به‌عنوان جاذبه‌های گردشگری عمل می‌کردند و بر روی باز تولید مکان‌ها به‌عنوان مقاصد گردشگری تأثیر داشتند (تاج‌زاده نمین و ها شم زاده، ۱۳۹۴: ۳۰). جشنواره‌ها برحسب اهمیت می‌توانند در سطح‌های منطقه‌ای یا محلی ایفای نقش کنند:

۱. جشنواره‌های عمومی که در واقع برای ساکنان محلی ایجاد شده‌اند و توسط داوطلبان مدیریت و برنامه‌ریزی می‌شوند. اگرچه این رویدادها اغلب کوچک مقیاس‌اند و جاذبه گردشگری محدودی دارند؛ اما می‌توانند فرصتی گران‌بها برای فعالیت در اختیار بازدیدکنندگان منطقه‌ای قرار دهند؛

۲. جشنواره‌هایی که دارای اهمیت منطقه‌ای و استانی هستند نیز قدرت دریافت و جذب گردشگران بسیاری را دارند، رویدادهای این دسته کارکنان حرفه‌ای می‌طلبند؛

۳. جشنواره‌های ملی و بین‌المللی که از نظر جذب گردشگر در اولویت‌اند و قابلیت بزرگ‌تر شدن را نیز دارند. این رویدادها توانایی جذب گردشگران ملی و بین‌المللی را دارند و با توجه و رسیدگی نیز ممکن است شهرستان بیشتر شود (Getz, 2008: 404). در حوزه گردشگری رویداد، مدل دان بیش از سایر مدل‌ها مورد توجه بیشتر پژوهشگران بوده است (Fonseca and Ramos, 2014: 272). بر حسب آن گردشگران و بازدیدکنندگان یا در ارتباط با نیازها و خواسته‌های خود مقصدی را انتخاب می‌کنند (عوامل رانشی) و یا به دلیل ویژگی‌ها، جذابیت‌ها یا مشخصه مقصد به بازدید از آن ترغیب می‌شوند (عوامل کششی) (کروبی و همکاران، ۱۳۹۸: ۹۵).

### پیشینه تحقیق

کروبی و همکاران (۱۳۹۸)، در مقاله‌ای به امکان‌سنجی توسعه گردشگری رویداد (با تأکید بر رویدادهای فرهنگی) و تأثیر آن بر تعدیل فصلی بودن مقصدهای گردشگری در شهر همدان پرداخته‌اند. نتایج نشان می‌دهد وضعیت منابع گردشگری، منابع حمایتی، منابع مصنوع و عوامل موقعیتی جهت توسعه گردشگری رویدادهای فرهنگی در شهر همدان به‌جز منابع حمایتی، جهت تعدیل فصلی بودن گردشگری در وضعیت مطلوبی قرار دارند.

فرشاد و همکاران (۱۳۹۹)، در مقاله‌ای به بررسی نقش جشنواره انار در توسعه پایدار گردشگری جوامع محلی در نواحی روستاهای منطقه اورامانات شهرستان پاوه پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان داد نتایج به دست آمده از آزمون T تک نمونه نشان داد که جشنواره انار می‌تواند ابزاری برای توسعه گردشگری جوامع محلی در نواحی در منطقه اورامانات باشد. همچنین نتایج حاصل از معادلات ساختاری نشان می‌دهد، شاخص اجتماعی - فرهنگی با بیشترین اثرگذاری با ضریب (۰/۷۰۴) در توسعه پایدار گردشگری جوامع محلی، شاخص اقتصادی در جایگاه دوم با ضریب (۰/۲۸۳) شاخص زیست‌محیطی در جایگاه سوم با ضریب اثرگذاری (۰/۱۷) مؤثر باشد.

جهانیان و شیخونی (۱۴۰۱)، در مقاله‌ای به ارائه الگوی توسعه گردشگری رویدادمحور مبتنی بر شناخت مؤلفه‌های انگیزشی جذب گردشگران در کشور پرداخته‌اند. نتایج تحقیق این پژوهش نشان داد که بعد الزامات دارای مؤلفه‌های مدیریت راهبردی و سیاست‌گذاری، عوامل مدیریتی، بعد زمینه ساز دارای مؤلفه‌های ساختار سازمانی و فرهنگ سازی و بعد تسهیلگر دارای مؤلفه‌های فناوری اطلاعات است

<sup>1</sup>. Festivalization

حیدری و همکاران (۱۴۰۲)، در مقاله‌ای به تبیین اثرات گردشگری رویداد محور بر دگردیسی کارکردی نوزاد شهرها در شهر ارمغانخانه زنجان پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان داد که اثری به میزان ۶۶٪ درصدی گردشگری آئینی در دگردیسی شهر ارمغانخانه بوده است. در این چارچوب بیشترین اثرگذاری گردشگری آئینی در سرمایه‌گذاری نهادهای مختلف دولتی - خصوصی، بهبود فرصت‌های شغلی، بهبود جذابیت شهری، تصویر مطلوب گردشگری، بهبود خدمات و زیرساخت‌های شهری و تعریف هویت جدید شهری بوده است.

منوچهری و همکاران (۱۴۰۲)، در مقاله‌ای به تحلیل کیفی بر توسعه گردشگری رویداد محور مبتنی بر جشنواره بین‌المللی تئاتر خیابانی شهر مریوان پرداخته‌اند. در این راستا چالش‌ها و موانع پیش‌روی بهره‌مندی از منافع و توسعه گردشگری جشنواره در سه سطح شناسایی شدند. سطح اول که عمومی‌ترین و کلی‌ترین سطح نیز به شمار می‌رود، مرتبط با ضعف‌ها و چالش‌های توسعه گردشگری به‌طور عام در سطح شهرستان مریوان؛ سطح دوم، مرتبط با توسعه گردشگری رویداد و ایام‌محور در سطح شهرستان مریوان و سطح سوم، مرتبط با ضعف‌ها و چالش‌های پیش‌روی تبدیل جشنواره بین‌المللی تئاتر خیابانی به یک رویداد با بازدهی گردشگری است. این یافته‌ها نشان دادند که نیاز است در راستای بهره‌مندی و توسعه منافع گردشگری جشنواره، مدیریت یکپارچه و سیستمی گردشگری، آموزش و حرفه‌ای سازی فعالان و ذی‌نفعان و بازنگری در شیوه جذب و بازاریابی بخش گردشگری در کنار برجسته‌سازی و تقویت بخش هنری، مدنظر قرار گیرد.

سیمکووا و هلزنر<sup>۱</sup> (۲۰۱۴)، در پژوهشی انگیزه گردشگران روستایی را مطالعه کردند. در این تحقیق، نویسندگان از مدل مازلو بهره برده و بیان کرده‌اند که گریز از زندگی روزانه و محل کار، و نیازهای اجتماعی مانند ملاقات با دیگران تجربه‌ای منحصر به فرد یا غیرمعمول از انگیزه‌های اصلی گردشگران روستایی است.

یول<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۶)، در پژوهشی تأثیرات جشنواره‌ها و رویدادها بر آسایش ساکنان را بررسی کرده‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان داد که ارتباط مهمی بین منابع مرتبط اجتماع و رفاه ذهنی ساکنان وجود ندارد.

در پژوهشی دیگر که توسط جیاکون و گالواگو<sup>۳</sup> (۲۰۲۱)، با هدف تقسیم‌بندی ایتالیا بر اساس انگیزه‌های ایشان در منطقه سیسیل شرکت‌کنندگان جشنواره مائورچینو<sup>۴</sup> صورت پذیرفت، نتایج بیانگر وجود چهار عامل انگیزشی شامل تازگی، تجربه فرهنگ محلی، جذابیت جشنواره، اجتماعی شدن بوده است.

با توجه به بررسی پیشینه مطالعات انجام شده قوام‌بخش این فرضیه است که تا به حال محرک‌های اثرگذار بر وضعیت آینده جذب گردشگران به جشنواره رویداد محور انار چینی روستای انبوه با استفاده از روش تحلیل ساختاری انجام نگرفته است که نوآوری این پژوهش در قیاس با این مطالعات محسوب می‌شود.

## روش تحقیق

پژوهش حاضر، با رویکرد آینده‌پژوهی به شناسایی مهم‌ترین محرک‌های مؤثر بر وضعیت آینده جذب گردشگران به جشنواره رویداد محور انار چینی روستای انبوه رودبار می‌پردازد. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی، از نظر روش ترکیبی از روش‌های اسنادی و پیمایشی و از نظر ماهیت بر اساس روش‌های جدید علم آینده‌پژوهی، تحلیلی و اکتشافی است که با به‌کارگیری ترکیبی از مدل‌های کمی و کیفی انجام گرفته است. در تهیه محرک‌های مورد مطالعه از روش مطالعات اسنادی و داده‌های تجربی روش پیمایشی بر اساس روش دلفی استفاده شده است. برای انتخاب گروه دلفی چون هدف تعمیم نتایج نیست، از روش نمونه‌گیری هدفمند یا قضاوتی استفاده شده است. معیارهای انتخاب خبرگان، جامعه محلی و گردشگران، تسلط نظری، تجربه عملی، تمایل و توانایی مشارکت در پژوهش و دسترسی است. نکته قابل توجه در تعیین تعداد خبرگان و گردشگران، کسب اطمینان از جامعیت دیدگاه‌های مختلف در پژوهش می‌باشد. تعداد جامعه آماری شرکت‌کننده در تحلیل ساختاری مقالات بررسی شده معمولاً بین ۱۴ الی ۳۰ نفر انتخاب شده است (اکبری و همکاران، ۱۳۹۹: ۲۸۹). با توجه به معیارهای فوق، در نهایت تعداد ۳۰ نفر از خبرگان، جامعه محلی و گردشگران، در جشنواره مهرماه ۱۴۰۲ برای شرکت و همکاری در فرآیند پژوهش انتخاب شده است. در پردازش

1. Eva Simkova & Jindrich Holzner

2. Medet Yolal

3. Giaccone & Galvagno

4. Festa del Mauricino

اطلاعات از روش تحلیل اثرات متقابل ساختاری در نرم افزار MICMAC استفاده شده است. با استفاده از روش دلفی تعداد ۴۶ محرک اولیه در قالب ۱۹ بعد گردشگری رویداد محور شناسایی شده است (جدول ۱).

جدول ۱. محرک‌های اولیه تأثیرگذار بر وضعیت آینده جشنواره محلی انار چینی در روستای انبوه

محرک	بعد
Var01. وفاداری به رویداد، Var02. رضایت از رویداد، Var03. کیفیت رویداد، Var04. تجربه احساسی مثبت	جذب‌های بازگشت به رویداد
Var05. استحکام پیوندهای خانوادگی، Var06. تعاملات اجتماعی، Var07. ملاقات با دیگران، Var08.	روابط بین شخصی
Var09. غرور ملی، Var10. میهن‌پرستی	جذب‌های وطن دوستی
Var11. آرامش، Var12. فرار از دغدغه‌ها، Var13. رهایی از روزمرگی‌ها، Var14. احساس امنیت	رهایی از استرس
Var15. خاطره سازی، Var16. عکاسی، Var17. حس نوستالژی	یادآوری
Var18. نو بودن و تازگی رویداد، Var19. تنوع در تجربه، Var20. کنجکاو و ماجراجویی، Var21. آشنایی با افراد جدید، Var22. آشنایی با فرهنگ محلی، Var23. گسترش علایق شخصی، Var24. آشنایی با مکان‌های تازه، Var25. امتحان کردن غذاهای جدید	تنوع جویی
Var26. مشارکت در جشنواره و یادگیری، Var27. میل به کسب دانش، Var28. حس اعتماد به نفس	رشد فردی
Var29. حمایت از جامعه محلی، Var30. حفاظت از میراث فرهنگی و منطقه‌ای	حمایت
Var31. زیرساخت‌های عمومی، Var32. زیرساخت‌های گردشگری	زیرساخت‌ها
Var33. لذت از طبیعت، Var34. جاذبه‌های فرهنگی-تاریخی، Var35. لذت بردن از آب‌وهوا، Var36. دیدن باغات، Var37. دیدن مناظر	جاذبه‌ها
Var38. خرید، Var39. روابط شغلی، Var40. هزینه سفر	روابط تجاری
Var41. دسترسی آسان به محل رویداد، Var42. امکانات حمل‌ونقل عمومی	دسترسی به رویداد
Var43. فعالیت‌های تفریحی، Var44. سرگرمی	تفریح
Var45. تعریف از رویداد، Var46. معروف بودن رویداد	شهرت رویداد

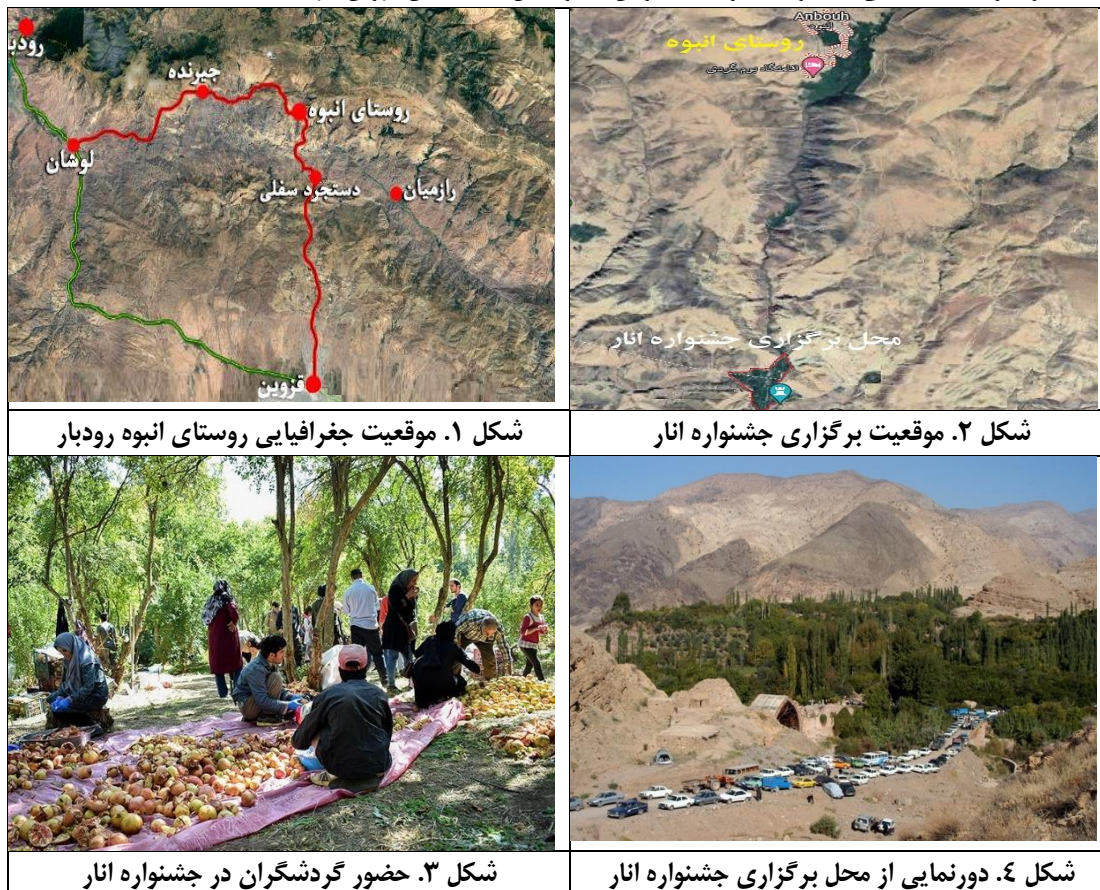
برگرفته از: رنجبریان و همکاران، ۱۳۹۳؛ شاطریان و همکاران، ۱۳۹۷ خادمی و همکاران، ۱۴۰۲؛ Dwyer & kim, 2003؛ Tsai, 2021؛ و مطالعات کتابخانه‌ای نگارندگان، ۱۴۰۲

## محدوده مورد مطالعه

انبوه روستایی از توابع بخش عمارلو شهرستان رودبار در استان گیلان ایران است. روستای انبوه در ارتفاع ۱۳۶۰ متر، در شرقی‌ترین بخش عمارلو، قرار گرفته است این روستا در دهستان کلیدشم قرار دارد و بر اساس سرشماری مرکز آمار ایران در سال ۱۳۸۵، جمعیت آن ۶۱۳ نفر (۱۷۷ خانوار) بوده است. مردم انبوه زبان خود را تاتی می‌نامند ولی آن‌طور که مشخص است زبان مردم انبوه بسیار شبیه گیلکی با لهجه شرق گیلان و غرب مازندران است. از خصوصیات این روستا داشتن دو بافت مجزا است که به محله بالا و پایین تقسیم شده است. این روستا بافت پلکانی دارد و در دره‌ای سرسبز قرار دارد. انبوه روستای هدف گردشگری و توریستی استان است اما از جاده دسترسی و آسفالت مناسب از سمت رودبار محروم است. بخش‌های آسفالت شده نیز با همیاری خود مردم انجام شده است. از بین محصولات رنگانگ، جشن انارش توانسته شهرهای جهانی بیاید و تبدیل به یکی از مهم‌ترین مراسم محلی این روستا شده است. باغات انار روستای انبوه در فاصله ۱۵ کیلومتری روستا و در انتهای دره‌ای که روستا در وسط آن قرار دارد و در حاشیه رودخانه شاهرود که از کوه‌ها طالقان و الموت سرچشمه می‌گیرد و به سفیدرود و سد منجیل ملحق می‌شود واقع شده است. جشن کهن انار چینی این روستا در طلوع صبح روز جمعه (یکی از روزهای ۲۰ الی ۲۵ مهر) هر سال، با ندای «یا الله» پاکار کرپی — کسی که به مدت یک سال از طرف باغداران، برای نگهبانی از باغات انار انتخاب شده است، برگزار می‌شود. در این روز، تمام مردم روستا و حتی جوانان و اقوام شهرنشین برای کمک و چیدن انار به روستا می‌آیند و با وسیله نقلیه به سمت باغات انار حرکت می‌کنند. انجام این مراسم تا غروب طول می‌کشد. حدود ۲۲۵ باغدار روستای انبوه همزمان با هم در یک روز انارها را از باغ‌های خود برداشت می‌کنند. سرازیر شدن آب فاضلاب روستا به باغات انار از یک سو و آفتی (کرم گلوگاه) که چند سالی است به جان محصول انار انبوه افتاده موضوعی است که موجب نگرانی باغداران انبوهی شده است. امروزه مشکلات



روستای انبوه که یکی از روستاهای هدف گردشگری استان است، زیاد است. دورافتادگی و فاصله ۲۰۰ کیلومتری روستای انبوه از مرکز شهرستان رودبار موجب شده این روستا کمتر مورد توجه مسئولین شهرستانی قرار بگیرد. در نتیجه عدم سرکشی مسئولان مرتبط و ادامه یافتن محرومیت‌ها، مردم روستا در اغلب بحران‌ها به صورت خودجوش و با همیاری هم توانسته‌اند برخی اقدامات عمرانی را در روستا به پیش ببرند. شاهد مثال هم دارند: جاده کشی روستا به سمت باغات انار و نظافت و تمیزی تنها منبع آب روستا که از پیش از انقلاب در روستا قرار دارد از این جمله این اقدامات هستند. بی‌توجهی جهاد کشاورزی رودبار به محصولات تولیدی انبوه موجب شده اهالی محصولات خود به خصوص انار و فندق را در استان قزوین عرضه کنند.



## یافته‌ها

تحلیل کلی محیط سیستم: جدول شماره (۲)، برآیند اثرات متقابل ۴۶ عامل یا محرک تأثیرگذار بر وضعیت آینده جذب گردشگران به جشنواره رویداد محور انار چینی روستای انبوه رودبار را بر اساس تشکیل ماتریس ۴۶×۴۶ نشان می‌دهد. نتایج این جدول بیانگر تعداد تکرار ۲ بار و درجه پرتشدگی ۹۷/۱۰ در صد است که نشان می‌دهد محرک‌های انتخاب شده تأثیر زیادی بر هم داشته است. از مجموع ۱۱۵۳ رابطه قابل ارزیابی در ماتریس، ۹۶۳ رابطه عدد صفر است؛ این مقدار بدان معناست که عوامل محرک بر همدیگر تأثیر نداشته و یا از همدیگر متأثر نشده است. ۱۷۹ رابطه با مقدار یک دارای تأثیر ضعیف نسبت به هم و ۴۳۳ رابطه با عدد ۲ دارای روابط اثرگذاری نسبتاً قوی است. بعلاوه، ۵۴۱ رابطه عدد ۳ دارد و این به معنای آن است که روابط محرک‌های کلیدی بسیار زیاد بوده و از تأثیرگذاری تأثیرپذیری زیادی برخوردارند.

## جدول ۲. تحلیل اولیه داده‌های ماتریس و اثرات متقابل محرک‌ها

شاخص	اندازه ماتریس	تعداد تکرار	تعداد صفر	تعداد یک	تعداد دو	تعداد سه	مجموع	درجه پرشدگی
مقدار	۴۶	۲	۹۶۳	۱۷۹	۴۳۳	۵۴۱	۱۱۵۳	۹۷/۱۰

برگرفته از: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲

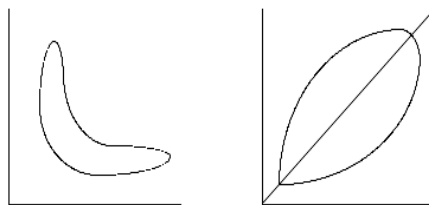
ماتریس این پژوهش بر اساس محرک‌های آماری با ۲ بار چرخش از مطلوبیت و بهینه‌شدگی ۱۰۰ درصد برخوردار است که حاکی از روایی بالای پرسشنامه و پاسخ‌های آن دارد (جدول ۳).

## جدول ۳. درجه مطلوبیت و بهینه‌شدگی ماتریس

تأثیرپذیری	تأثیرگذاری	چرخش
%۹۸	۹۸%	۱
%۱۰۰	۱۰۰%	۲

برگرفته از: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲

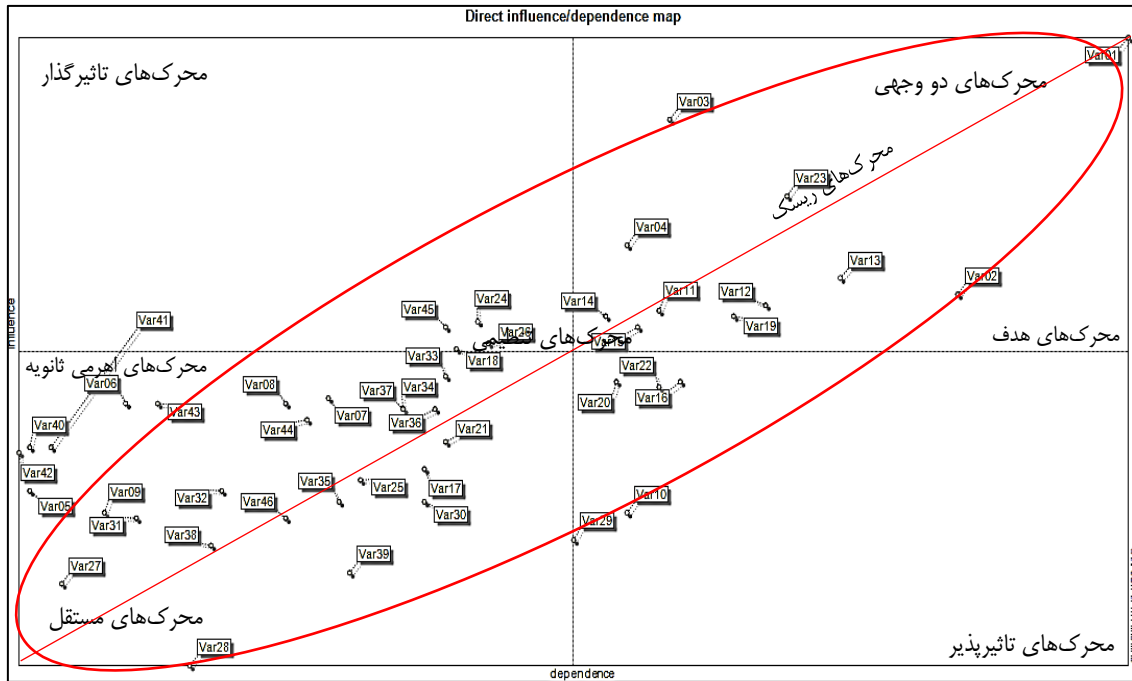
ارزیابی پلان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری محرک‌های تأثیرگذار بر وضعیت آینده جشنواره محلی انار چینی روستای انبوه الگوی توزیع محرک‌های تأثیرگذار بر وضعیت آینده جشنواره محلی انار چینی روستای انبوه رودبار بر روی صفحه پراکندگی حاکی از میزان پایداری یا ناپایداری سیستم است. در روش تحلیل اثرات متقابل ساختاری با نرم‌افزار MCMAC در مجموع دو مدل عمومی پراکندگی وجود دارد که به سیستم‌های پایدار و ناپایدار معروف است. در مدل سیستم پایدار پراکندگی متغیرها به صورت  $L_1$  است؛ در این مدل برخی متغیرها دارای اثرگذاری بالا و برخی دارای اثرپذیری بالا است. اما در سیستم‌های ناپایدار وضعیت پیچیده‌تر است؛ در این سیستم نیروهای گردشگری رویداد محور پیرامون محور قطری صفحه پراکنده است و در بیشتر مواقع حالت بینابین از اثرگذاری و اثرپذیری دارد که شناسایی محرک‌های کلیدی را دشوار می‌سازد (شکل‌های ۵ و ۶).



شکل ۶. سیستم پایدار

شکل ۵. سیستم ناپایدار

شکل شماره (۷)، الگوی پراکندگی محرک‌های تأثیرگذار بر جشنواره محلی انار چینی روستای انبوه را نشان می‌دهد. این الگوی پراکندگی به‌طور کلی بیانگر وضعیت یک سیستم ناپایدار است. محرک‌های مورد مطالعه به جزء چند محرک که دارای اثرگذاری بالا در سیستم است عموماً با وضعیت تقریباً مشابهی در اطراف محور قطری استقرار یافته‌اند.



شکل ۷. پراکندگی محرک های تأثیر گذار بر وضعیت آینده جشنواره انار چینی روستای انبوه

جدول ۴. میزان تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم محرک ها بر یکدیگر

رتبه	محرک	تأثیر گذاری	محرک	تأثیر پذیری	محرک	تأثیر گذاری	محرک	تأثیر پذیری
1	Var01	468	Var01	461	Var01	415	Var01	418
2	Var03	412	Var02	401	Var03	383	Var02	360
3	Var23	359	Var13	359	Var23	333	Var13	333
4	Var04	326	Var23	341	Var04	313	Var23	327
5	Var13	303	Var12	333	Var13	297	Var19	326
6	Var02	292	Var19	322	Var02	288	Var16	319
7	Var12	284	Var16	303	Var12	286	Var12	310
8	Var11	281	Var03	299	Var15	282	Var04	303
9	Var14	277	Var11	296	Var11	273	Var22	302
10	Var19	277	Var22	296	Var19	272	Var15	298
11	Var24	273	Var15	288	Var14	270	Var10	285
12	Var15	269	Var04	284	Var24	269	Var20	279
13	Var45	269	Var10	284	Var45	256	Var29	266
14	Var26	258	Var20	281	Var26	255	Var11	262
15	Var18	254	Var14	277	Var18	253	Var03	259
16	Var33	236	Var29	266	Var33	251	Var14	256
17	Var16	232	Var26	236	Var37	236	Var18	246
18	Var20	232	Var24	232	Var36	236	Var26	244
19	Var22	228	Var18	224	Var43	235	Var21	236
20	Var07	221	Var21	221	Var16	234	Var17	236
21	Var06	217	Var33	221	Var44	231	Var33	234
22	Var08	217	Var45	221	Var08	230	Var24	233
23	Var43	217	Var36	217	Var07	228	Var45	232
24	Var34	213	Var17	213	Var20	228	Var30	228
25	Var36	213	Var30	213	Var06	223	Var36	225
26	Var37	213	Var34	206	Var34	220	Var34	218
27	Var44	206	Var37	206	Var22	214	Var25	215
28	Var21	191	Var25	191	Var42	191	Var37	215
29	Var40	187	Var39	187	Var41	187	Var35	205

رتبه	محرك	تأثير گذاري	محرك	تأثير پذيري	محرك	تأثير گذاري	محرك	تأثير پذيري
30	Var41	187	Var35	183	Var40	187	Var44	189
31	Var42	183	Var07	179	Var17	184	Var07	186
32	Var17	172	Var44	172	Var05	177	Var08	183
33	Var25	164	Var08	164	Var25	175	Var46	182
34	Var05	157	Var46	164	Var35	174	Var39	172
35	Var32	157	Var32	142	Var21	173	Var28	142
36	Var30	149	Var38	138	Var32	155	Var43	134
37	Var35	149	Var28	131	Var30	155	Var38	134
38	Var09	142	Var43	119	Var46	140	Var32	125
39	Var10	142	Var31	112	Var31	138	Var09	108
40	Var31	138	Var06	108	Var29	131	Var27	105
41	Var46	138	Var09	101	Var09	127	Var06	103
42	Var29	123	Var27	86	Var10	127	Var31	97
43	Var38	119	Var41	82	Var38	110	Var05	76
44	Var39	101	Var05	74	Var39	102	Var41	63
45	Var27	93	Var40	74	Var27	97	Var40	59
46	Var28	37	Var42	71	Var28	36	Var42	51

بر گرفته از: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲

### خوشه‌بندی محرک‌های تأثیرگذار بر وضعیت آینده جشنواره انار چینی روستای انبوه رودبار

**محرک‌های تأثیرگذار:** این دسته از محرک‌ها بیانگر کلیدی‌ترین محرک‌های دارای اهمیت راهبردی در کیفیت جذب گردشگران به جشنواره انار چینی روستای انبوه رودبار است. با توجه به عدم پایداری جذب گردشگران به جشنواره رویداد محور انار چینی روستای انبوه رودبار تعداد خیلی کمی از محرک‌ها در این ناحیه قرار دارند. این محرک‌ها شامل نو بودن و تازگی رویداد، آشنایی با مکان‌های تازه، مشارکت در جشنواره و یادگیری و تعریف از رویداد است (جدول ۵). محرک فوق بیشترین تأثیرگذاری و کمترین تأثیرپذیری دارند و به‌عنوان بحرانی‌ترین محرک، وضعیت کلان و تغییرات سیستم به عملکرد آن وابسته است. محرک‌های تأثیرگذار ورودی سیستم محسوب می‌شود و توسط سیستم قابل کنترل نیست؛ زیرا خارج از سیستم قرار دارد و به‌صورت محرک‌های باثبات عمل می‌کند.

**محرک‌های دوگانه:** این محرک‌ها همزمان به‌صورت تأثیرپذیر و تأثیرگذار عمل می‌کند. در مجموع ۱۱ محرک تأثیرگذار بر وضعیت آینده جذب گردشگران به جشنواره رویداد محور انار چینی روستای انبوه رودبار، جزو محرک‌های دوگانه است که هم اثرگذار و هم اثرپذیر است. آن‌ها چنانچه در جدول (۵) ملاحظه می‌شود شامل وفاداری به رویداد، رضایت از رویداد، کیفیت رویداد، تجربه احساس مثبت، آرامش، فرار از دغدغه‌ها، رهایی از روزمرگی‌ها، احساس امنیت، خاطره سازی، تنوع در تجربه و گسترش علائق شخصی است. هرگونه تغییر و تحول این محرک‌ها می‌تواند پایداری سیستم را تحت‌الشعاع قرار دهد. این نیروها خود به دودسته محرک‌های ریسک و محرک‌های هدف به شرح زیر تقسیم می‌شود:

۱- محرک‌های ریسک: محرک‌های ریسک ظرفیت بسیار بالایی برای تبدیل شدن به بازیگران کلیدی در سیستم دارد. زیرا به علت ماهیت ناپایدار، پتانسیل تبدیل شدن به نقطه انفعال سیستم را دارد. محرک گسترش علائق شخصی در این ناحیه قرار گرفته است.

۲- محرک‌های هدف: هیچ محرکی در این ناحیه قرار نگرفته است. این محرک بیش از آنکه تأثیرگذار باشد، تأثیرپذیر است و می‌توان آن را با ضریب قطعیت قابل قبول، به‌عنوان نتیجه تکامل سیستم شناسایی و معرفی کرد. با دستکاری این محرک می‌توان به تغییرات و تکامل سیستم در جهت مورد نظر دست یافت. بنابراین، بیش از آنکه نتیجه‌ای از پیش تعیین شده را به تمایش بگذارد، نمایانگر اهداف ممکن در سیستم است.

محرک‌های تأثیرپذیر: محرک‌های این ناحیه تأثیرگذاری پایین و تأثیرپذیری بسیار بالا در سیستم دارند که به تکامل محرک‌های تأثیرگذار تأثیرگذارند. محرک‌های تأثیرپذیر بسیار حساس و خروجی سیستم به شمار می‌روند. محرک‌های میهن‌پرستی، عکاسی، کنجکاوی و ماجراجویی، آشنایی با فرهنگ محلی و حمایت از جامعه محلی در این ناحیه قرار گرفته است.

**محرک‌های مستقل:** استحکام پیوندهای خانوادگی، تعاملات اجتماعی، ملاقات با دیگران، گذران اوقات با فامیل و دوستان،

غرور ملی، حس نوستالژی، آشنایی با افراد جدید، امتحان کردن غذاهای جدید، میل به کسب دانش، حس اعتماد به نفس، حفاظت از میراث فرهنگی و منطقه‌ای، زیرساخت‌های عمومی، زیرساخت‌های گردشگری، لذت از طبیعت، جاذبه‌های فرهنگی-تاریخی، لذت بردن از آب‌وهوا، دیدن باغات، دیدن مناظر، خرید، روابط شغلی، هزینه سفر، دسترسی آسان به محل رویداد، امکانات حمل‌ونقل عمومی، فعالیت‌های تفریحی، سرگرمی و معروف بودن رویداد محرک‌های مستقل و مستثنی سیستم است. این نیروهای محرک از سایر محرک‌های سیستم تأثیر چندانی نمی‌پذیرد و بر آن‌ها نیز تأثیر کمی دارد و یا بی‌تأثیر است. آن‌ها ارتباط کمی با سیستم دارد، زیرا نه باعث توقف محرک اصلی و نه باعث تکامل و پیشرفت یک محرک در سیستم می‌شود.

- **محرک‌های «اهرمی ثانویه»:** این محرک‌ها با وجود این که کاملاً مستقل هستند، بیش از آنکه تأثیرپذیر باشند، تأثیرگذارند. آن‌ها در قسمت جنوب غربی نمودار و بالای خط قطری قرار دارند و می‌توانند به‌عنوان نقاطی جهت سنجش و به‌عنوان معیار، به کار روند. محرکی در این ناحیه قرار نگرفته است.

- **محرک‌های «تنظیم‌کننده»:** این محرک‌ها در نزدیکی مرکز ثقل نمودار قرار دارند. آن‌ها می‌توانند به‌صورت پی‌درپی به‌عنوان «اهرمی ثانویه»، «اهداف ضعیف» و «محرک‌های ریسک ثانویه» عمل نمایند. محرکی در این ناحیه قرار نگرفته است.

### جدول ۵. خوشه‌بندی محرک‌های تأثیرگذار بر وضعیت آینده جذب گردشگران به جشنواره محلی انار چینی

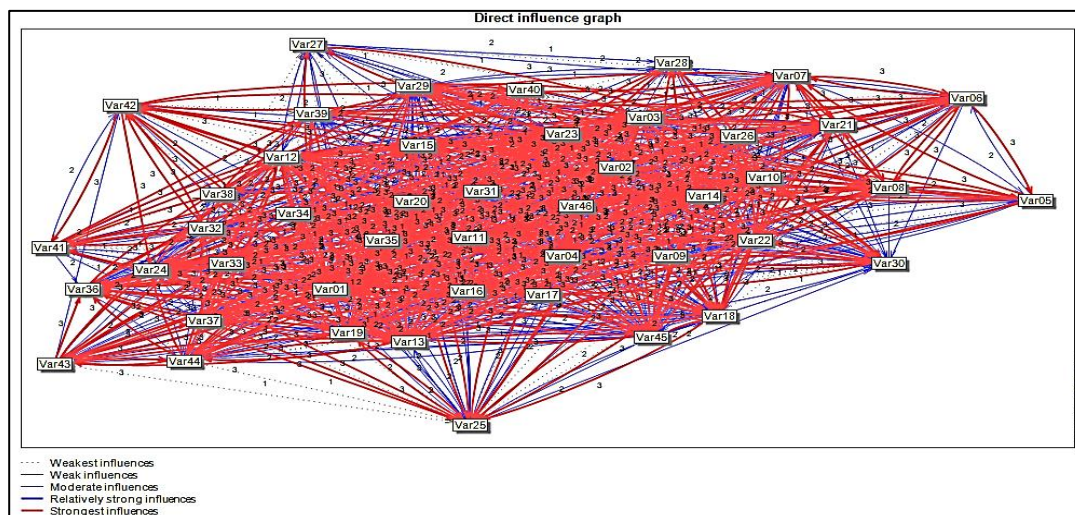
#### روستای انبوه

نوع محرک	محرک‌ها
تأثیرگذار	نو بودن و تازگی رویداد، آشنایی با مکان‌های تازه، مشارکت در جشنواره و یادگیری و تعریف از رویداد
دوگانه	وفاداری به رویداد، رضایت از رویداد، کیفیت رویداد، تجربه احساسی مثبت، آرامش، فرار از دغدغه‌ها، رهایی از روزمرگی‌ها، احساس امنیت، خاطره سازی، تنوع در تجربه و گسترش علایق شخصی
تنظیمی	-
تأثیرپذیر	میهن‌پرستی، عکاسی، کنجکاوی و ماجراجویی، آشنایی با فرهنگ محلی و حمایت از جامعه محلی
مستقل	استحکام پیوندهای خانوادگی، تعاملات اجتماعی، ملاقات با دیگران، گذران اوقات با فامیل و دوستان، غرور ملی، حس نوستالژی، آشنایی با افراد جدید، امتحان کردن غذاهای جدید، میل به کسب دانش، حس اعتماد به نفس، حفاظت از میراث فرهنگی و منطقه‌ای، زیرساخت‌های عمومی، زیرساخت‌های گردشگری، لذت از طبیعت، جاذبه‌های فرهنگی-تاریخی، لذت بردن از آب‌وهوا، دیدن باغات، دیدن مناظر، خرید، روابط شغلی، هزینه سفر، دسترسی آسان به محل رویداد، امکانات حمل‌ونقل عمومی، فعالیت‌های تفریحی، سرگرمی و معروف بودن رویداد
هدف	-
ریسک	گسترش علایق شخصی

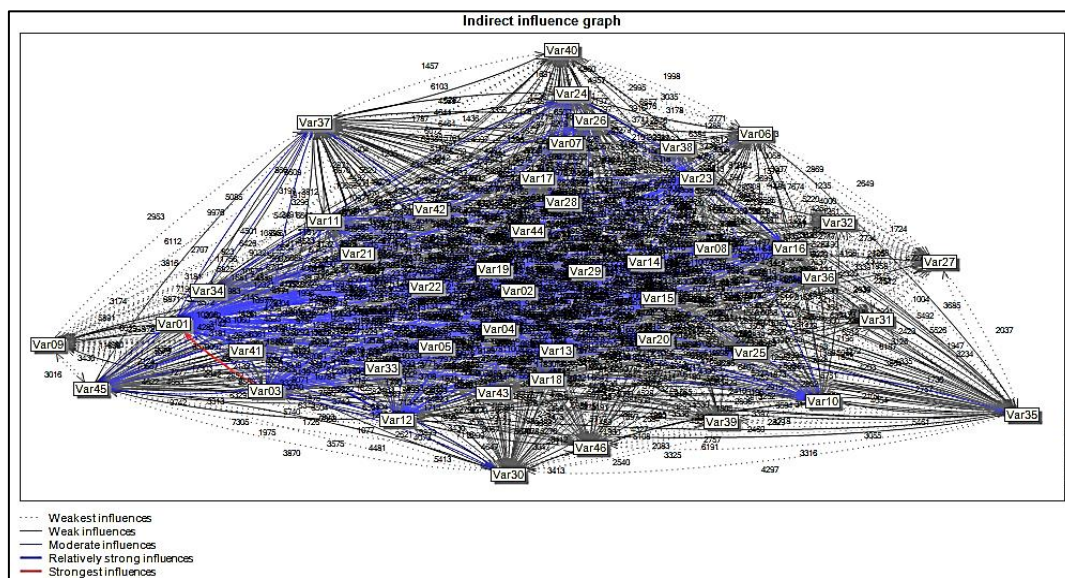
برگرفته از: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲

شکل‌های ۵ و ۶ نمایش گرافیکی محرک‌های مورد مطالعه را نشان می‌دهد. در این شکل‌ها تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم محرک‌ها بر سایر محرک‌های سیستم مشخص شده است. چگونگی تأثیرگذاری محرک‌ها به‌صورت ضعیف‌ترین تأثیر، تأثیرات ضعیف، تأثیرات میانه، تأثیرات قوی و قوی‌ترین تأثیرات است.





شکل ۸. روابط مستقیم بین متغیرها (از بسیار ضعیف تا بسیار قوی) برگرفته از: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲



شکل ۹. روابط غیرمستقیم بین متغیرها (از بسیار ضعیف تا بسیار قوی) برگرفته از: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲

### محرك‌های کلیدی تأثیرگذار بر وضعیت آینده جشنواره محلی انار چینی روستای انبوه رودبار

از میان ۴۶ نیروی محرک، ۱۱ محرک در تأثیرگذار بر وضعیت آینده جشنواره محلی انار چینی روستای انبوه رودبار اثر کلیدی بیشتری دارند که شامل وفاداری به رویداد، کیفیت رویداد، گسترش علائق شخصی، تجربه احساسی مثبت، رهایی از روزمرگی‌ها، رضایت از رویداد، فرار از دغدغه‌ها، آرامش، احساس امنیت، تنوع در تجربه و آشنایی با مکان‌های تازه هستند. این نیروها از نظر عملکرد سیستمی نقش تأثیرگذاری بالا و تأثیرپذیری اندک را در محیط سیستم با هدف ارتقای کیفیت محیط زیست شهری ایفاء می‌کند و در نتیجه مؤثرترین و کلیدی‌ترین محرک‌ها محسوب می‌شود (جدول ۶).

جدول ۶. محرک‌های کلیدی تأثیرگذار بر وضعیت آینده جشنواره رویداد محور انار چینی روستای انبوه

رتبه	محرک	محرک‌های کلیدی (مستقیم و غیرمستقیم)		
		تأثیرگذاری مستقیم	تأثیرپذیری مستقیم	تأثیرگذاری غیرمستقیم / تأثیرپذیری غیرمستقیم
۱	وفاداری به رویداد	۴۶۸	۴۶۱	۴۱۸
۲	کیفیت رویداد	۴۱۲	۲۹۹	۲۵۹
۳	گسترش علایق شخصی	۳۵۹	۳۴۱	۳۲۷
۴	تجربه احساسی مثبت	۳۲۶	۲۸۴	۳۰۳
۵	رهایی از روزمرگی‌ها	۳۰۳	۲۵۹	۳۳۳
۶	رضایت از رویداد	۲۹۲	۴۰۱	۳۶۰
۷	فرار از دغدغه‌ها	۲۸۴	۳۳۳	۳۱۰
۸	آرامش	۲۸۱	۲۹۶	۲۶۲
۹	احساس امنیت	۲۷۷	۲۷۷	۲۵۶
۱۰	تنوع در تجربه	۲۷۷	۳۲۲	۳۲۶
۱۱	آشنایی با مکان‌های تازه	۲۷۳	۳۳۲	۲۶۹

برگرفته از: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲

بررسی مقادیر روابط غیرمستقیم پیشران‌های کلیدی در جدول شماره ۶ حاکی از آن است که مقادیر رتبه‌ای تأثیرات مستقیم محرک‌های کلیدی، در تأثیرات غیرمستقیم با تغییرات اندک تکرار شده است.

## بحث و نتیجه‌گیری

جشنواره‌های محلی تأثیر بسزایی بر توسعه گردشگری رو ستاها دارند. این جشنواره‌ها علاوه بر ایجاد فرصت‌های تفریحی برای جامعه محلی، تأثیرات بسیاری در ارتقاء گردشگری و توسعه روستاها دارند. در این بین برگزاری جشنواره‌های انار چینی به‌عنوان یک رویداد محلی جذاب، می‌تواند گردشگران را به منطقه جلب کند. برگزاری چنین رویدادهایی تأثیرات مهمی زیادی دارد که موجب ایجاد فرصت‌های اقتصادی برای افراد محلی می‌شود. از فروش محصولات محلی، صنایع دستی، غذاهای محلی، و خدمات گردشگری می‌تواند به تقویت اقتصاد محلی کمک کند. همچنین برگزاری چنین جشنی می‌تواند به حفظ و ترویج فرهنگ محلی و سنت‌های این منطقه کمک کند. این رویداد فرصتی است تا مردم محلی فرهنگ و آداب خود را به گردشگران معرفی کنند و باعث توسعه همکاری‌ها و ارتباطات اجتماعی درون جامعه محلی می‌شود. این همکاری‌ها می‌توانند به بهبود ارتباطات داخلی و افزایش تعاملات اجتماعی منجر شوند. این رویدادها علاوه بر ارتقاء فرهنگی تعامل می‌توانند فضایی سالم و پویا برای تفریح ارائه دهند، که به سلامت جسمی و روحی گردشگران کمک کند. در کنار این تأثیرات مهم برگزاری این جشنواره با رعایت مسائل محیطی و پایدار، می‌تواند به ترویج گردشگری پایدار و حفاظت از محیط‌زیست منطقه کمک کند. این مقاله عوامل و نیروهای محرک را در توسعه گردشگری رویداد محور انار چینی در روستای انبوه را شناسایی و خوشه‌بندی کرده است. کاربست این محرک‌ها به‌عنوان بستر ساز و راهنمای توسعه جشنواره روستای انبوه و اقتصاد محلی، بسیار اهمیت دارد. نتایج مقاله نشان می‌دهد الگوی کلی پراکندگی پیشران‌های توسعه از نظر تحلیل اثرات متقابل، در مجموع بیانگر وضعیت یک سیستم محیطی ناپایدار است که در آن محرک‌های توسعه از نظر اثرگذاری و اثرپذیری، حالت پیچیده و بینابین دارد. وضعیت خوشه‌بندی محرک‌ها گویای تمرکز خوشه‌ای در محرک‌های مستقل است. از میان ۴۶ نیروی محرک، ۱۱ محرک در تأثیرگذار بر وضعیت آینده جشنواره محلی انار چینی روستای انبوه اثر کلیدی بیشتری دارند که شامل وفاداری به رویداد، کیفیت رویداد، گسترش علایق شخصی، تجربه احساسی مثبت، رهایی از روزمرگی‌ها، رضایت از رویداد، فرار از دغدغه‌ها، آرامش، احساس امنیت، تنوع در تجربه و آشنایی با مکان‌های تازه هستند.

تحلیل نیروهای محرک در تأثیرگذاری بر وضعیت آینده جشنواره محلی انار چینی روستای انبوه رودبار به وضوح نشان می‌دهد که افراد با شرکت مداوم در جشنواره و تجربه مثبت‌تر به آن وفادار می‌شوند و کیفیت برنامه‌ریزی و اجرای جشنواره تأثیر مستقیمی بر تجربه گردشگران دارد. ایجاد فعالیت‌ها و برنامه‌های متنوع نیز جذب افراد و گردشگران با علایق مختلف را تضمین می‌کند. جشنواره انار چینی باید تجربه‌های احساسی مثبتی را برای شرکت‌کنندگان ایجاد کند و به‌عنوان یک فرصت برای فرار از روزمرگی‌ها و تجربه موقعیت‌های جدید مطرح شود. به همین خاطر جشنواره‌ها به‌عنوان یک مکان برای فرار موقت از دغدغه‌ها و استرس‌های روزانه تلقی می‌شود. محیط آرام و مطمئنی در جشنواره، افراد را جلب و ترغیب به شرکت می‌کند. شرکت‌کنندگان باید از این رویداد محلی راضی باشند تا به دیگران (گردشگری دهان به دهان) نیز توصیه کنند. ایجاد برنامه‌های امنیتی و اطمینان از امنیت شرکت‌کنندگان نیز در رونق و توسعه این جشنواره اهمیت دارد. معرفی مناطق و مکان‌های جدید (پل تاریخی کُری) به شرکت‌کنندگان، جذابیت جشنواره را افزایش می‌دهد. این محرک‌ها می‌توانند به‌طور جمعی به موفقیت و توسعه جشنواره محلی انار چینی روستای انبوه و تجربه بهتر گردشگران در این رویداد کمک کنند. ناگفته نماند در برگزاری جشنواره انار چینی روستای انبوه مسائل مختلف و متنوعی وجود دارد که ممکن است بر این رویداد تأثیر بگذارند. مشکلاتی چون کمبود زیرساخت‌ها اعم از جاده‌های نامناسب، نقص در تأمین آب (کشاورزی و شرب)، برق و تلفن همراه (مشکل آنتن دهی اینترنت)، مشکلات حمل‌ونقل، سرازیر شدن آب فاضلاب روستا به باغات انار، عدم اطلاع‌رسانی شفاف، محدود کردن زمانی برگزاری جشنواره، مشکلات بازاریابی برای محصولات، برداشت غیراصولی انار (برداشت، بسته‌بندی و حمل)، فقدان واحدهای خدماتی و امکانات اقامتی، فقدان سرویس‌های بهداشتی، و عدم وجود پارکینگ نشان‌دهنده مسائلی است که باید با راهکارهای مؤثر مدیریتی و اجتماعی بهبود یابند.

نتایج این مقاله در محورهای موضوعی متعددی با سایر پژوهش‌ها همسویی و انطباق دارد. در همین راستا، برگزاری این جشنواره‌ها در جوامع محلی و استقبال عمومی از این برنامه‌ها، نوعی حس غرور وطن‌پرستی به آن‌ها القا می‌کند که این موضوع با یافته‌های ملکشاهی (۱۳۹۸)، محمدی و منوچهری (۱۳۹۷) و خادمی و همکاران (۱۴۰۲) نیز مشابهت و همپوشانی دارد. به‌طوری‌که با برگزاری برنامه‌هایی برای آشنایی گردشگران با توانمندی‌ها و غنای فرهنگ محلی و آگاهی‌رسانی از پیشینه تاریخی در کنار جشنواره، در ایجاد حس رضایت گردشگران تلاش شود. این برنامه‌ها می‌تواند منجر به القای حس هیجان برای گردشگران شده و حس مثبتی در بازدیدکنندگان از این رویدادهای محلی ایجاد نماید که با یافته‌های چتامرون‌گچای (۲۰۱۷) لاتور و همکاران (۲۰۲۱) و کروگر و همکاران (۲۰۱۸) نیز همخوانی دارد. در رابطه با زمینه شکل‌گیری خاطراتی به یاد ماندنی و مبتنی بر تجربه مستقیم گردشگران با مطالعه زملا (۲۰۱۶) و خلیل‌نژاد و همکاران (۱۴۰۰) و به دنبال آرامش و لذت از سفر تو گردشگران با یافته‌های پژوهش ماتیس و باستیانسن (۲۰۱۸) و خلیل‌نژاد و همکاران (۱۴۰۰) همسو و همخوانی دارد.

آنچه فهم آن بر پایه یافته‌های این مقاله به‌عنوان راهنمای گذار تدریجی روستای انبوه به توسعه گردشگری پایدار از طریق برگزاری جشنواره انار چینی است، در راهکارهای زیر قابل جمع‌بندی است:

۱. آگاهی از مزیت‌ها و منابع محلی: اهمیت توسعه گردشگری پایدار از طریق جشنواره انار چینی از نتایج آگاهی از مزیت‌ها و منابع محلی، به‌ویژه انار، برای جلب گردشگران و توسعه فعالیت‌های گردشگری ناشی می‌شود.
۲. مشارکت فعال محلیان: افزایش مشارکت محلیان در برگزاری جشنواره انار چینی به‌عنوان یک فرآیند گروهی و تعاملی، نقش مهمی در سوق دادن روستا به سمت توسعه گردشگری پایدار ایفا می‌کند.
۳. حفظ فرهنگ و سنت‌های محلی: برگزاری جشنواره به‌عنوان یک رویداد محلی و سنتی، به حفظ و ترویج فرهنگ و سنت‌های روستا کمک کرده و به گردشگران فرصت می‌دهد با این فرهنگ آشنا شوند.
۴. تحقق توسعه پایدار: اجرای جشنواره انار چینی به توسعه پایدار روستا از طریق تأمین درآمد، ایجاد اشتغال محلی، و بهره‌وری از منابع طبیعی، می‌تواند منجر به بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی روستا شود.



۵. ترکیب توسعه گردشگری با حفاظت از محیط زیست: توسعه گردشگری پایدار از طریق برگزاری جشنواره انار چینی موفقیت آمیز است زیرا با توجه به تدابیر محیطی، حفاظت از محیط زیست نیز در نظر گرفته شده است.

۶. تأکید بر شبکه سازی و همکاری های محلی: همکاری و شبکه سازی با سایر جوامع و ارگان ها در سطح محلی برای برگزاری جشنواره انار چینی اهمیت دارد و می تواند به بهبود نتایج توسعه گردشگری و اقتصاد محلی کمک کند.

۷. ارتقاء تجربه گردشگران: برگزاری جشنواره به گردشگران فرصت می دهد تا تجربه خاص و متفاوتی از شرکت در این جشنواره انار چینی به دست بیاورند. در این زمینه می توان با فراهم کردن فعالیت ها و رویدادهای متنوع، هنری، و سنتی در طول جشنواره، به آن تنوع بخشیده و تجربه گردشگران را غنی تر ساخت.

## حامی مالی

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

## سهام نویسندگان

این مقاله مستخرج از کار گروهی است، کارهای میدانی، تحلیل و نگارش مقاله توسط نویسنده اول و دوم مقاله انجام شده است؛ صحت، تأیید و راهنمایی در تدوین مقاله توسط نویسنده سوم صورت گرفته است.

## تضاد منافع

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

## تقدیر و تشکر

نویسندگان، از همه افراد، به دلیل مشاوره و راهنمایی علمی و مشارکتشان (آقای مهندس حشمت اله طالبی انبوهی) در این مقاله تشکر و قدردانی می نمایند.

## ORCID

Majid Akbari



<https://orcid.org/0000-0002-4159-3274>

Marziyeh Taleshi anboohi



<https://orcid.org/0009-0009-1590-4903>

Mohammad Taleshi anboohi



<https://orcid.org/0000-0006-9764-0566>

## منابع

- اکبری، مجید، طاهر پور، فاطمه، بوستان احمدی وحید و فولادی، عاطفه. (۱۳۹۹). مدل سازی ساختاری- تفسیری عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی در ایران با رویکرد آینده پژوهی. نشریه گردشگری و توسعه، ۹(۴)، ۲۸۵-۲۹۶. <https://doi.org/10.22034/jtd.2019.194595.1783>
- تاج زاده نمین، ابوالفضل و هاشم زاده، ژاله. (۱۳۹۴). نقش جشنواره های موسیقی محلی در توسعه گردشگری از دیدگاه گردشگران بالقوه. مطالعات مدیریت گردشگری، ۹(۲۶)، ۳۱-۵۸. <https://tms.atu.ac.ir/article1355.html>
- جهانیان، منوچهر و شیخونی، سحر. (۱۴۰۱). ارائه الگوی توسعه گردشگری رویداد محور مبتنی بر شناخت مؤلفه های انگیزشی جذب گردشگران در کشور. گردشگری و توسعه، ۱۱(۳)، ۱۳۳-۱۴۷. <https://doi.org/10.22034/jtd.2021.283498.2327>
- حیدری، محمدتقی، رسولی، محمد، رحمتی، پروین و سعید پور، شراره. (۱۴۰۲). تبیین اثرات گردشگری رویداد محور بر دگردیسی کارکردی نوزاد شهرها در ایران (مطالعه موردی: گردشگری آیینی شهر ارمغانخانه زنجان). مطالعات برنامه ریزی سکونتگاه های انسانی، ۱۸(۱)، ۱۶۹-۱۸۳. <https://sanad.iau.ir/journal/jshsp/Article/686499?jid=686499>

- خادمی، نیما، عباسی، عباس و عسکری فر، کاظم. (۱۴۰۲). عوامل جذب گردشگران رویداد به جشنواره‌های محلی (مورد مطالعه: جشنواره گل و گلاب میمند فارس). مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۸(۶۳)، ۴۱-۷۲. <https://doi:10.22054/tms.2023.74805.2853>
- خلیل‌نژاد، شهرام، سلیمان زاده، امید و کراقلی، مرضیه. (۱۴۰۰). گونه‌شناسی ذهنی گردشگران از منظر معنای مقصد گردشگری (مورد مطالعه: شهر شیراز). مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۶(۵۳)، ۲۳۳-۲۶۴. <https://doi:10.22054/tms.2021.50852.2322>
- رنجبریان، بهرام، غفاری، محمد و فتحی، سعید. (۱۳۹۳). بخش‌بندی بازار گردشگری داخلی شهر اصفهان بر اساس انگیزه‌های سفر به‌عنوان ابزاری برای مدیریت گردشگری شهری. علوم اجتماعی، ۸(۲۵)، ۱-۲۴. <https://sanad.iau.ir/fa/Article/1036413?FullText=FullText>
- فرشاد، لقمان، ساریخانی، عادل و بهادری، بهناز. (۱۳۹۹). نقش جشنواره انار در توسعه پایدار گردشگری جوامع محلی در نواحی مرزی مورد مطالعه: (روستا‌های منطقه اورا ما نات شهرستان پاره). جغرافیا و روابط انسانی، ۳(۱)، ۴۲۲-۴۴۱. [https://www.gahr.ir/article\\_113345.html](https://www.gahr.ir/article_113345.html)
- کروبی، مهدی، جلیلیان، نگار و قادری، اسماعیل. (۱۳۹۸). امکان‌سنجی توسعه گردشگری رویداد (با تأکید بر رویدادهای فرهنگی) و تأثیر آن بر تعدیل فصلی بودن مقصدهای گردشگری (مطالعه موردی: شهر همدان). مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۴(۴۵)، ۵۶-۳۵. <https://doi:10.22054/tms.2019.27611.1794>
- محمدی، سعدی و منوچهری، سوران. (۱۳۹۷). شناسایی و تحلیل انگیزه‌های گردشگران جنگ در استان کردستان. گردشگری شهری، ۵(۲)، ۱۷-۳۳. <https://doi:10.22059/jut.2018.233728.319>
- ملکشاهی، غلامرضا. (۱۳۹۸). گونه‌شناسی گردشگران داخلی شهری و گردشگری مسئولیت‌پذیر (مورد مطالعه: گردشگران شهرهای بابلسر، لاهیجان و سرعین). برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۸(۳۰)، ۱۷-۳۴. <https://doi:10.22080/jtpd.2019.14647.2889>
- ملکی، بهاره، ضرغام بروجنی، حمید، بامداد صوفی، جهانیار و کاظمیان، غلامرضا. (۱۳۹۸). بررسی خط‌مشی‌گذاری گردشگری رویداد بر مبنای تجربیات بازدیدکنندگان از جشنواره‌های غذای ایرانی. سیاست‌گذاری عمومی، ۵(۱)، ۹۹-۱۱۶. [https://journals.ut.ac.ir/article\\_71577.html](https://journals.ut.ac.ir/article_71577.html)
- منوچهری، سوران، محمدی، سعدی و اسکندری، حمید. (۱۴۰۲). تحلیلی کیفی بر توسعه گردشگری رویداد محور مبتنی بر جشنواره بین‌المللی تئاتر خیابانی شهر مریوان. جغرافیا و آمایش شهری منطقه‌ای، ۱۳(۴۶)، ۱-۳۲. <https://doi:10.22111/gaij.2022.41197.2997>
- میرزائی، روزبه، نصیری، حکیمه و میرا، سید ابوالقاسم. (۱۳۹۴). از انگیزه‌های گردشگران اروپایی تا انتخاب مقصد سفر (مورد مطالعه: ایران). مدیریت بازرگانی، ۷(۴)، ۹۲۱-۹۴۰. <https://doi:10.22059/jibm.2015.57098>

## References

- Akbari, M., Taherpour, F., Bostan Ahmadi V., & Foladi, A. (2019). Structural-interpretive modeling of factors affecting the development of religious tourism in Iran with a future research approach. *Tourism and Development*, 9(4), 285-296. (in Persian) <https://doi:10.22034/jtd.2019.194595.1783>
- Chang, J. (2006). Segmenting tourists to aboriginal cultural festivals: An example in the Rukai tribal area, Taiwan. *Tourism Management*, 27(6): 1224-1234. [https://www.researchgate.net/publication/222721851\\_Segmenting\\_tourists\\_to\\_aboriginal\\_cultural\\_festivals\\_An\\_example\\_in\\_the\\_Rukai\\_tribal\\_area\\_Taiwan](https://www.researchgate.net/publication/222721851_Segmenting_tourists_to_aboriginal_cultural_festivals_An_example_in_the_Rukai_tribal_area_Taiwan)
- Connell, J., Page, S.J., & Meyer, D. (2015). Visitor attractions and events: responding to seasonality. *Tourism Management*, 46, 283-298. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.06.013>
- D'Angella, F., Friel, M., Miglietta, A., & Sainaghi, R. (2021). Cultural events for a sustainable tourism development in urban destinations: the case of Milan's week, *Sinergie. Italian Journal of Management*, 39(1), 103-124. <https://doi.org/10.7433/s114.2021.07>
- Duran, E. & Hamarat, B. (2014). Festival attendees' motivations: the case of International Troia Festival. *International Journal of Event and Festival Management*, 5 (2): 146-163. <https://doi/10.1108/IJEFM-07-2012-0020>
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current issues in tourism*, 6(5), 369-414. <https://doi/abs/10.1080/13683500308667962>

- Evans, N. (2015). *Strategic management for tourism, hospitality and events*. Routledge. <https://www.routledge.com/Strategic-Management-for-Tourism-Hospitality-and-vents/Evans/p/book/9781032331836>
- Fang, W. T. (2020). *Tourism in emerging economies*. Springer Singapore. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-981-15-2463-9>
- Farshad, L., Sarikhani, A., & Bahadri, B. (2019). The role of pomegranate festival in the sustainable development of tourism of local communities in the studied border areas: (Villages of Oramanat region, Paveh city). *Geography and Human Relations*, 3(1), 422-441. (in Persian) [https://www.gahr.ir/article\\_113345.html?lang=en](https://www.gahr.ir/article_113345.html?lang=en)
- Fonseca, J. R. S., & Ramos, R. M. P. (2014). Segmenting and Profiling the Portuguese Festival-Goers Through the Most Ancient Form of Music Retailing: The Music Festivals. *Journal of Convention & Event Tourism*, 15(4): 271-297. <https://doi.org/10.1080/15470148.2014.961668>
- Getz, D. (2007). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429023002>
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evaluation, and research, *Tourism management*, 29, 403-428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Getz, D. (2010). The nature and scope of festival studies. *International Journal of Event Maent Research*. 5(1), 1-47. <https://doi.org/10.1108/17852951011029298>
- Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism management*, 52, 593-631. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>
- Giaccone, S., & Galvagno, M. (2021). Small-scale cultural festivals in Southern Europe: A motivation-based segmentation study. *European Journal of Tourism Research*, 29, 2902-2926. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v29i.2413>
- Hall, C. M. (1992). Tourism and politics: Policy, power, and place. *Progress in Human Geography*, 16(3), 338-354. <https://www.amazon.com/Tourism-Politics-Policy-Power-Place/dp/0471965472>
- Heydari, M. T., Rasouli, M., Rahmati, P., & Saeedpour, S. (2023). Explaining the effects of event-based tourism on the functional transformation of the infant cities in Iran (Case study: Ritual tourism in the city of Armaghanekhane, Zanjan). *Human Settlements Planning Studies*, 18(1), 169-183. (in Persian) <https://sanad.iau.ir/Journal/jose/Article/846359>
- Jahanian, Manouchehr and Shikhoni, Sahar. (2022). Presenting the development model of event-oriented tourism based on the recognition of the motivational components of attracting tourists in the country. *Tourism and Development*, 11(3), 133-147. (in Persian) <https://doi: 10.22034/jtd.2021.283498.2327>
- Karroubi, M., Jalilian, N., & Qadri, E. (2018). Feasibility of development of event tourism (with emphasis on cultural events) and its effect on seasonal adjustment of tourist destinations (case study: Hamadan city). *Tourism Management Studies*, 14(45), 35-56. (in Persian) <https://doi: 10.22054/tms.2019.27611.1794>
- Khademi, N., Abbasi, A., & Askarifar, K. (2023). Factors attracting event tourists to local festivals (case study: Maimand Fars Flower and Rose Festival). *Tourism Management Studies*, 18(63), 41-72. (in Persian) <https://doi: 10.22054/tms.2023.74805.2853>
- Khalilnejad, S., Soleimanzadeh, O., & Karagli, M. (2021). Mental typology of tourists from the point of view of the meaning of tourist destination (case study: Shiraz city). *Tourism Management Studies*, 16(53), 233-264. (in Persian) <https://doi: 10.22054/tms.2021.50852.2322>
- Kim, J., Boo, S., & Kim, Y. (2013). Patterns and trends in event tourism study topics over 30 years, *international journal of events and tourism*.
- Kruger, M., van der Merwe, P., & Saayman, M. (2018). A whale of a time! An experience-based typology of visitors to a South African whale-watching festival. *Journal of outdoor recreation and tourism*, 24, 35-44. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2018.10.005>
- Maleki, B., Zargham Borojni, H., Bammad Sufi, J., & Kazemian, G. (2018). Investigating the policy of event tourism based on the experiences of visitors to Iranian food festivals. *Public Policy*, 5(1), 116-99. (in Persian) [https://journals.ut.ac.ir/article\\_71577.html](https://journals.ut.ac.ir/article_71577.html)
- Malekshahi, G. (2018). Typology of domestic urban tourists and responsible tourism (case of study: tourists of Babolsar, Lahijan and Serain). *Tourism Planning and Development*, 8(30), 17-34. (in Persian) <https://doi: 10.22080/jtpd.2019.14647.2889>
- Manouchehri, S., Mohammadi, S., & Eskandari, H. (2023). A qualitative analysis on the development of event-oriented tourism based on the international street theater festival of Marivan city. *Geography and Regional Urban Studies*, 13(46), 1-32. (in Persian) <https://doi: 10.22111/gaij.2022.41197.2997>

- Mirzai, R., Nasiri, H., & Meera, S. A. (2014). From the motivations of European tourists to the choice of travel destination (case study: Iran). *Business Administration*, 7(4), 921-940. (in Persian) <https://doi.org/10.22059/jibm.2015.57098>
- Mitas, O., & Bastiaansen, M. (2018). Novelty: A mechanism of tourists' enjoyment. *Annals of Tourism Research*, 72(1), 98-108. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.07.002>
- Mohammadi, S., & Manouchehri, S. (2017). Identifying and analyzing the motives of war tourists in Kurdistan province. *Urban Tourism*, 5(2), 17-33. (in Persian) <https://doi.org/10.22059/jut.2018.233728.319>
- Ranjbarian, Bahram, Ghaffari, M., Fathi, S. (2013). Segmentation of Isfahan's domestic tourism market based on travel motives as a tool for urban tourism management. *Social Sciences*, 8(25), 1-24. (in Persian) <https://sanad.iau.ir/fa/Article/1036413?FullText=FullText>
- Savinovic, A., Kim, S., & Long, P. (2012). Audience Members' Motivation, Satisfaction, and Intention to Re-visit an Ethnic Minority Cultural Festival. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(7): 682-694. <https://doi.org/10.1080/10548408.2012.720154>
- Seraphin, H. (2021). COVID-19: an opportunity to review existing grounded theories in event studies. *Journal of Convention & Event Tourism*. 22(2), 3-35. <https://doi.org/10.1080/15470148.2020.1776657>
- Šimkova, Eva & Holzner, Jindrich (2014). Motivation of Tourism Participants. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, (159), 660 – 664. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.12.455>
- Tajzadeh Namin, A., & Hashemzadeh, J. (2014). The role of local music festivals in tourism development from the point of view of potential tourists. *Tourism Management Studies*, 9(26), 31-58. (in Persian) <https://tms.atu.ac.ir/article1355.html>
- Tsai, H. Y. M. (2021). Exploring the motivation-based typology of religious tourists: A study of Welcome Royal Lord Festival. *Journal of Destination Marketing & Management*, 21, 100623. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100623>
- Yolal, Medet & others (2016). Impacts of festivals and events on residents' well-being. *Annals of Tourism Research*, (61), 1–18. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.07.008>
- Žemla, M. (2016). Tourism destination: The networking approach. *Moravian Geographical Reports*, 24(4), 2-14. <https://doi.org/10.1515/mgr-2016-0018>
- Zhang, C. X., Fong, L. H. N., Li, S., & Ly, T. P. (2019). National identity and cultural festivals in postcolonial destinations. *Tourism Management*, 73, 94-104. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.01.013>